

Universidad del Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

TRABAJO FINAL DE LA CARRERA DE CONTADOR.

TEMA: LA COMERCIALIZACION DE GRANOS EN LA REPUBLICA ARGENTINA. ASPECTOS GENERALES E IMPOSITIVOS.

Alumna: Sra. Marilina Paulich

Tutor: Cdor. Miguel Ángel Belozercovsky



USAL

UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



INDICE

1. Objetivos.....	1
2. Introducción.....	2
3. Funcionamiento y Organización del Comercio de Granos.....	4
3.1. Sistema de Comercialización.....	4
3.1.1. Característica.....	5
3.1.2. Ley del Único Precio.....	7
3.2. Modalidades de Contratación.....	10
3.2.1. Compra Venta con Pago Contra Entrega Actual.....	10
3.2.2. Compraventa con Pago Contra Entrega Futura.....	10
3.2.3. Compraventa a Fijar Precio.....	11
3.2.4. Compraventa con Pago Anticipado y Entrega Futura.....	12
3.2.5. Operaciones de Canje.....	13
3.3. Reglas y Usos del Comercio de Granos.....	13
4. El Rol del Estado como Organismo de Control en el Comercio de Granos.....	14
4.1. La Oficina de Control Comercial Agropecuario.....	16
4.1.1. Misiones y Funciones de la ONCCA.....	16
4.1.2. Competencia de la ONCCA.....	17
4.1.3. Sistema de Control y Fiscalización Implementados por la ONCCA.....	19
4.1.3.1.Regímenes de Información.....	19
4.1.3.2.Roe Verde: Registro de Declaraciones Juradas de Ventas al Exterior de Productos Agrícolas.....	23
4.1.3.3.Sistema Jauke – Registro Único de Operadores de la Cadena Comercial Agropecuaria Alimentaria.....	25
4.1.3.4.Carta de Porte Electrónica y Trazabilidad de Granos	34
4.1.3.5.Registración de Contratos de Compraventa y C1116 en Afip.....	38
4.2. Administración federal de Ingresos Públicos.....	40

4.2.1. Registro Fiscal – Operadores en la Compraventa de Granos y Legumbres Secas (Rg. 2300).....	40
4.2.1.1. Presentación de la Solicitud.....	41
4.2.1.2. Presentación de la Documentación Respaldatoria.....	42
4.2.1.3. Resolución de la Procedencia o Denegatoria de las Solicitudes.....	46
4.2.1.4. Exclusión del Registro.....	47
4.2.2. Padrón de Productores de Granos – Monotributistas.....	51
4.2.2.1. Sujetos Alcanzados.....	52
4.2.2.2. Procedencia de la Inclusión y Permanencia en el “Padrón”.....	52
 5. Aspectos Impositivos en la Comercialización de Granos – Herramientas de Recaudación del Estado	54
5.1. Impuesto al Valor Agregado.....	54
5.1.1. Alícuotas.....	55
5.1.2. Hecho Imponible.....	56
5.1.3. El Impuesto al Valor Agregado en el Comercio de Granos	56
5.1.4. Formas de Compensación	57
5.1.5. Régimen de Percepción en IVA - Resolución General 2408.....	58
5.1.5.1. Sujetos y Operaciones Comprendidas.....	58
5.1.5.2. Alícuotas Aplicables.....	59
5.1.5.3. Oportunidad en la que corresponde efectuar la percepción.....	59
5.1.5.4. Excepciones.....	59
5.1.5.5. Disposiciones Especiales.....	60
5.1.5.6. Carácter de la Percepción.....	61
5.2. Régimen de Retención de IVA.....	61
5.2.1. Resolución General 1394/03.....	62
5.2.1.1. Agentes de Retención.....	63
5.2.1.2. Sujetos Pasibles de Retención.....	64
5.2.1.3. Alícuotas.....	65
5.2.1.4. Formas y Plazos de Ingresos de las Retenciones.....	65
5.2.1.5. Comprobantes de Retención.....	66
5.2.1.6. Régimen Sistemático de Devolución.....	67
5.2.1.7. Requisitos.....	67
5.2.1.8. Devolución Sistemática	68

5.2.1.9.Utilización del Saldo a Favor de Libre Disponibilidad.....	68
5.2.1.10.Régimen Especial de Pago del Impuesto al Valor Agregado.....	69
5.2.2. Resolución General N° 2266/07.....	69
5.2.3. Resolución General N° 2300/07.....	75
5.3. Impuesto a las Ganancias.....	84
5.4. Retención del Impuesto a las Ganancias.....	85
5.4.1. Resolución General 2118/06.....	86
5.4.1.1.Operaciones Comprendidas.....	86
5.4.1.2.Agentes de Retención.....	87
5.4.1.3.Sujetos Pasibles de Retención.....	88
5.4.1.4.Sujetos Excluidos – Monotributistas.....	88
5.4.1.5.Oportunidad en la que Corresponde Practicar la Retención.....	88
5.4.1.6.Base de Cálculo y Casos Especiales.....	89
5.4.1.7.Forma de Determinación de la Retención. Alícuotas. Acreditación.....	90
5.4.1.8.Constancia de No Retención	91
5.4.1.9.Importes No Sujetos a Retención.....	91
5.4.1.10.Casos en los que no Corresponde Retener.....	92
5.4.1.11.Obligaciones del Sujeto Pasible de Retención - Auto retención	93
5.4.1.12.Obligación de Informar.....	93
5.4.1.13.Determinación e Ingreso de las Retenciones.....	93
5.4.1.14.Operaciones con Intervención de Intermediarios.....	94
5.4.1.15.Constancia de Retención.....	95
5.4.1.16.Cómputo de las Retenciones.....	96
5.4.1.17.Códigos de Operaciones.....	96
5.4.1.18.Régimen Excepcional de Ingreso.....	97
5.4.1.19.Penalidades.....	97
5.4.2. Resolución General N° 2267/07.....	97
5.5. Impuesto a los Créditos y Debitos Bancarios.....	100
5.6. Impuesto sobre los Ingresos Brutos.....	101
5.6.1. Aplicación del Impuesto en la Comercialización de Granos.....	102
5.6.1.1.Sobre el Productos Agrícola.....	102
5.6.1.2.Sobre el Acopiador.....	102
5.6.1.3.Sobre los Corredores.....	103
5.6.1.4.Sobre los Exportadores.....	103

5.7. Impuesto a los Sellos.....	103
5.8. Operaciones de Canje.....	103
5.8.1. Impuesto al Valor Agregado.....	104
5.8.1.1.Nacimiento del Hecho Imponible.....	104
5.8.1.2.Determinación de la Base Imponible.....	105
5.8.2. Régimen de Retención en el IVA – La RG1394.....	106
5.8.2.1.Solicitud de Exclusión.....	106
5.8.2.2.Operadores de Plan Canje.....	106
5.8.2.3.Régimen Especial de Pago.....	107
5.8.2.4.Facturación.....	108
5.8.2.5.Pago Parcial en Especie – Forma de Pago.....	109
5.8.3. Régimen de Percepción en IVA – RG 2459.....	110
5.8.3.1.Sujetos y Operaciones Comprendidas.....	110
5.8.3.2.Oportunidad en la que corresponde efectuar la percepción.....	110
5.8.3.3.Cálculo de la Percepción.....	110
5.8.3.4.Carácter de la Percepción.....	111
5.8.4. Impuesto a las Ganancias – Retenciones.....	111
5.8.4.1.Régimen de Retención 2118	112
5.8.4.2.Obligación de Colocar Leyenda.....	112
5.8.5. Impuesto sobre los Créditos y Débitos Bancarios.....	113
5.8.6. Prevención de la Evasión Fiscal.....	113
6. Retenciones a las Exportaciones.....	114
6.1. Los Derechos de Exportación o Retención.....	114
6.1.1. Forma de Cálculo.....	114
6.1.2. Los Principales Argumentos utilizados por el Gobierno Para la Aplicación de las Retenciones.....	115
6.1.2.1.Control de los Precios domésticos y Control del Salario real.....	115
6.1.2.2.Intervenir en el Proceso de Sojización.....	115
6.1.2.3.Incentivo a la Industria Nacional.....	116
6.1.2.4.Redistribución de la Renta.....	116
6.1.2.5.Sustituir el impuesto a las Ganancias en un Sector caracterizado por su alto grado de evasión.....	116
6.1.3. Controversias sobre las Retenciones del Agro.....	116

6.1.4. Fondo Federal Solidario.....	118
7. Conclusión	120
8. Anexo: derechos de exportación (D.E) vigentes	122
9. Bibliografía Consultada.....	125
10. Índice.....	126



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

OBJETIVOS

Los objetivos de este trabajo son:

- Conceptualizar los distintos tipos de modalidades de comercialización existentes en la actualidad.
- Realizar un análisis sobre la incidencia de los distintos tipos de tributos que gravan al sector agropecuario en La Republica Argentina.
- Establecer en que medida es importante para el Estado la recaudación que obtiene de la actividad, y cuales son sus instrumentos de control y los medios que utiliza para recaudar.
- Constituirse en una Guía para el profesional que asesore a este tipo de Organizaciones.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCION

La importancia de la actividad agropecuaria es primordial para nuestro país, como generadora de divisas en las exportaciones de dichos productos y como base de las principales industrias alimenticias.

Las particularidades del comercio de granos en cuanto a la cantidad de sujetos participantes, las diferentes modalidades de contratación, su compleja formación de precios, y por otro lado la constante variabilidad de la normativa aplicable en materia impositiva y el creciente interés del Estado por fiscalizar esta actividad en todas sus etapas; son los motivos por los cuales surge este trabajo.

En primer lugar, se intenta introducir al lector en las características generales de la comercialización de granos de nuestro país. Como primer paso se desarrollan sus sistemas de comercialización, delineando así las distintas modalidades de contratación.

El sector agropecuario, por lo expuesto en los párrafos anteriores, tiene características tecno-económicas marcadamente diferenciales; lo cual ha permitido crear un escenario en el que se destaca la informalidad, lo que lleva a que éste sector este visto como uno de los evasores mas grandes del sistema tributario argentino, evasión que se calcula en un 30%, solo en el impuesto a las Ganancias. En consecuencia, el Estado se vio obligado buscar métodos y sistemas que le permitan controlar los distintos aspectos de la actividad agropecuaria, en esta búsqueda nace lo que conocemos como ONCCA (Oficina Nacional de Control Agropecuario), para garantizar el cumplimiento de las normas comerciales por parte de los operadores que participan del mercado del ganado, carnes, granos y lácteos, a fin de asegurar transparencia y equidad en el desarrollo del sector agroalimentario, en todo el territorio nacional. La ONCCA se fue convirtiendo en el villano en los últimos años de enfrentamiento entre el gobierno nacional y el campo, debido a su funcionamiento e injerencia en el comercio rural, por lo que describiremos sus funciones, misiones, sistemas de control y fiscalización. Pero en su rol de organismo de control el Estado, no solo cuenta con la ONCCA, sino que también con AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos), tratando así de asegurar su objetivo prioritario de que todos los actores de las cadenas económicas cumplan con sus obligaciones fiscales. AFIP implementó innumerables medidas y mecanismos que garanticen comportamientos empresariales comprometidos con objetivos públicos, un adecuado control como así también un amplio y fácil acceso a la información, lo que da

origen al Registro Fiscal de Operadores de Granos y al Padrón de Productores de Granos Monotributistas de los que hablaremos en este trabajo.

Finalmente se realiza un análisis de los principales mecanismos recaudatorios, Impuesto a las Ganancias, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a los Créditos y Debitos Bancarios, Impuesto sobre los Ingresos Brutos, Impuesto a los Sellos, entre otros; haciendo énfasis sobre todo en los diferentes regimenes de retención y percepción que el Estado aplica en este sector, así como de los tan polémicos derechos de exportación sobre las materias primas agropecuarias y sus subproductos, los cuales han generado grandes discordias entre el gobierno y el campo. El Gobierno que afirma que las retenciones son una manera de construir política de Estado, que este tipo de decisión gubernamental responden a un criterio redistributivo para garantizar que las ganancias del sector agropecuario se compartan con todos los argentinos y que resalta sus bondades para controlar el precio de los principales alimentos básicos; y por otro lado, los productores agropecuarios que critican la manera en la que el Estado se apropia de su renta en forma abusiva y con total ignorancia.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FUNCIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DEL COMERCIO DE GRANOS

SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

Se entiende por sistema de comercialización el conjunto estructurado de procesos comerciales, normativas y soportes de infraestructura que hacen posible un flujo constante y regular de transacciones desde la producción (chacra) al punto de consumo final, tanto interno como externo.

En este concepto están incorporadas no sólo las acciones de compraventa, sino también aquellas funciones físicas de transporte, almacenaje, acondicionamiento y procesamiento que otorgan al producto valor de espacio, tiempo y forma.

Si bien en teoría el concepto de sistema comercial puede aparecer como estructurado rígidamente, la práctica demuestra todo lo contrario, pues se trata de una figura eminentemente dinámica para responder a las cambiantes circunstancias impuestas por la realidad de cada momento histórico.

El sistema de comercialización de granos argentino es un claro ejemplo de ello, ya que ha debido enfrentar innumerables cambios estructurales para adecuarse a los avances tecnológicos (que modificaron formas de producción), las intervenciones gubernamentales (que alteraron las prácticas comerciales), el surgimiento de nuevos productos (que dieron lugar a la aparición de nuevos actores en el mercado), etc. Y a esa evolución a lo largo de casi un siglo, se deben agregar las variaciones cíclicas, estacionales y coyunturales.

Cabe destacar que la mayor o menor eficiencia del sistema y la mayor o menor flexibilidad para adecuarse a esa realidad cambiante, ejerció y ejerce una influencia notoria en la determinación de los niveles de precio percibidos por el productor y en los pagados por el consumidor, más allá de la incidencia obvia de los mercados internacionales.

Cuando se habla de mercado de granos, se hace referencia al conjunto de instituciones, instrumentos y prácticas comerciales, orientados a la transferencia de productos agrícolas entre agentes económicos. Dicho mercado de granos está compuesto por un mercado de disponible, principalmente, y un mercado de futuros.

El mercado disponible tiene como meta final la entrega de los bienes en cuestión, por lo que es el tema principal de lo que se va a desarrollar a continuación. En cuanto al

mercado de futuros, su objetivo es la cobertura del riesgo que implican las posibles variaciones en los precios de los bienes.

Características

La comercialización de productos agrarios tiene importantes y muy peculiares características que la diferencian de la de otros bienes, como los originados en el sector industrial. Dichas características han condicionado y condicionan la organización y el manejo de la comercialización de granos.

a) *Atomización de la producción*

La producción agropecuaria se genera, salvo raras excepciones, en miles de productores, contrariamente a lo que ocurre con la mayor parte de los productos industriales; éstos, en su mayoría, son elaborados por un limitado número de empresas que ejerce cierta influencia sobre el mercado. Consecuentemente, se hace importante el proceso de acopio que permite reunir cantidades adecuadas de producto para comercializar.

b) *Estacionalidad de la producción.*

No es necesario abundar sobre los motivos pero es importante mencionar el hecho: la mayor parte de los productos agrarios en nuestro país se cosechan y afluyen al mercado en un corto lapso. Dado que estos productos son destinados a ser consumidos durante todo el año se hace relevante la necesidad de capacidad de almacenaje para su traslado en el tiempo. El patrón que siguen las cotizaciones en nuestro mercado se caracteriza por una fuerte presión descendente en época de cosecha y una apreciación a medida que avanza la campaña comercial y escasea la mercadería.

c) *Especialización espacial.*

Por razones ecológicas y de rentabilidad, la producción de cada rubro de la actividad agraria se concentra regionalmente generando la necesidad de transporte de la producción.

d) *Concentración de la demanda.*

Además de las distancias de las zonas de producción a los centros de comercialización y consumo, hay otras razones que justifican la existencia de intermediarios especializados en el comercio de granos. La principal de ellas es el relativamente reducido número de demandantes en el mercado interno (exportadores y procesadores). La participación de los corredores de cereales posibilita concentrar la oferta dispersa en lotes de mayor volumen para negociar los precios en condiciones de mayor equilibrio.

e) *Variabilidad incontrolable de la oferta.*

En la producción agraria tienen suma importancia determinados factores naturales que, como las lluvias, la temperatura, etc., influyen en los volúmenes de cosecha haciendo que los mercados agropecuarios se caractericen por una pronunciada variabilidad con marcada incidencia en los precios.

f) *Necesidades de financiamiento.*

Los primeros gastos que demanda la iniciación de un ciclo agrícola se producen antes de la finalización del precedente. Al menos, antes del cobro total del mismo.

Esto hace necesario que el productor cuente con recursos que superan los montos que insume una cosecha, generando necesidades financieras que, en general, exceden las disponibilidades de capital propio. Debido a estas características estructurales, nuestro país contó a través de toda su historia, con empresas intermediarias con capacidad comercial, técnica y financiera.

g) *Alta dependencia de los mercados internacionales.*

El hecho de que la mayor parte de nuestras cosechas tengan por destino final su venta al exterior, sea como grano o como producto elaborado o semielaborado, determina que los precios del mercado interno sean altamente dependientes de las cotizaciones de los mercados internacionales. Por ello se dice habitualmente que nuestro país es tomador y no formador de precios.

La ley de un único precio y el encadenamiento de precios

Cuando se analiza un mercado, se pueden encontrar tres tipos:

- Geográficos (adquieren valor espacio);
- Los de productos (adquieren valor forma) y
- Los estacionales (adquieren valor tiempo).

Todo ello implica que no existen límites rígidos o definidos en estos mercados, sino que son más bien flexibles e influenciados en distinto grado por cada uno de estos tres valores.

Desde el punto de vista de los mercados geográficos, podemos considerar que hay mercados locales, regionales, nacionales o internacionales. Hay productos que tienen un mercado geográfico pequeño porque los altos costos de transporte evitan que compradores y vendedores distantes operen entre sí. Hay otros cuyo transporte es más económico, por lo que tienden a tener mercados regionales o nacionales, como en el caso del ganado en pie. Y, finalmente, tenemos los productos a granel, como el trigo o la soja, que son fácilmente transportados y tienen mercados internacionales. Hay una especial relación existente entre los precios en mercados de espacio, tiempo y forma, y que se la conoce como la ley de un único precio. Si el precio de la soja en Rosario varía con el precio de la soja en Chicago podríamos inferir que el mercado de Rosario es una parte del mercado internacional de la soja. Si el precio de la soja en Chicago sube porque aumenta el valor de este grano en China, podríamos deducir que Chicago es parte del mercado internacional de la soja. Por lo tanto, estamos ante la posibilidad de hacer un análisis desde el punto de vista de un *mercado geográfico*; Rosario o Chicago como parte de un mercado mundial.

Por otro lado, si el precio del aceite de soja es sensible a los cambios en el precio del aceite de palma, podemos deducir que ambos productos se encuentran en un único mercado, el de los aceites oleaginosos. El análisis se centra, entonces, sobre un *mercado de productos*. Finalmente, si el precio del futuro “abr.’2010” de la soja fluctúa en igual medida que el precio de la soja a Mayo 2010, concluiremos que ambas posiciones se encuentran en un mismo mercado, el de la soja cosecha 2009/10. El análisis se hace a partir de considerar un *mercado estacional*, el de la campaña.

Esta ley establece que, en ausencia de costos de transporte y de otros gastos de comercialización (los que agregan valor espacio, valor tiempo y valor forma), los